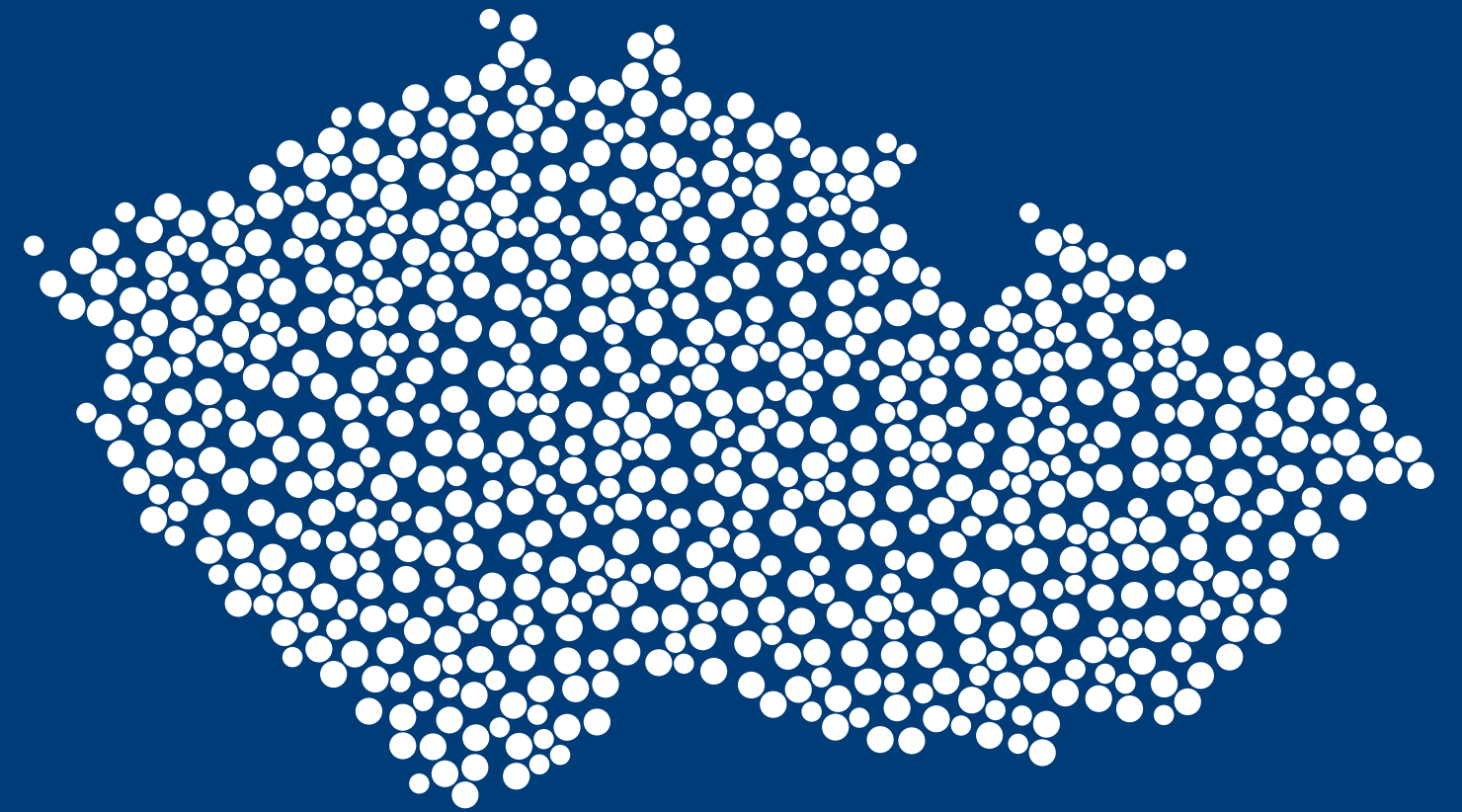


Exportní workshop

ZZ Švédsko s
působností pro
Dánsko, Norsko a
Finsko



ŠVÉDSKO

Jak Švédové cestují do zahraničí

Základní údaje

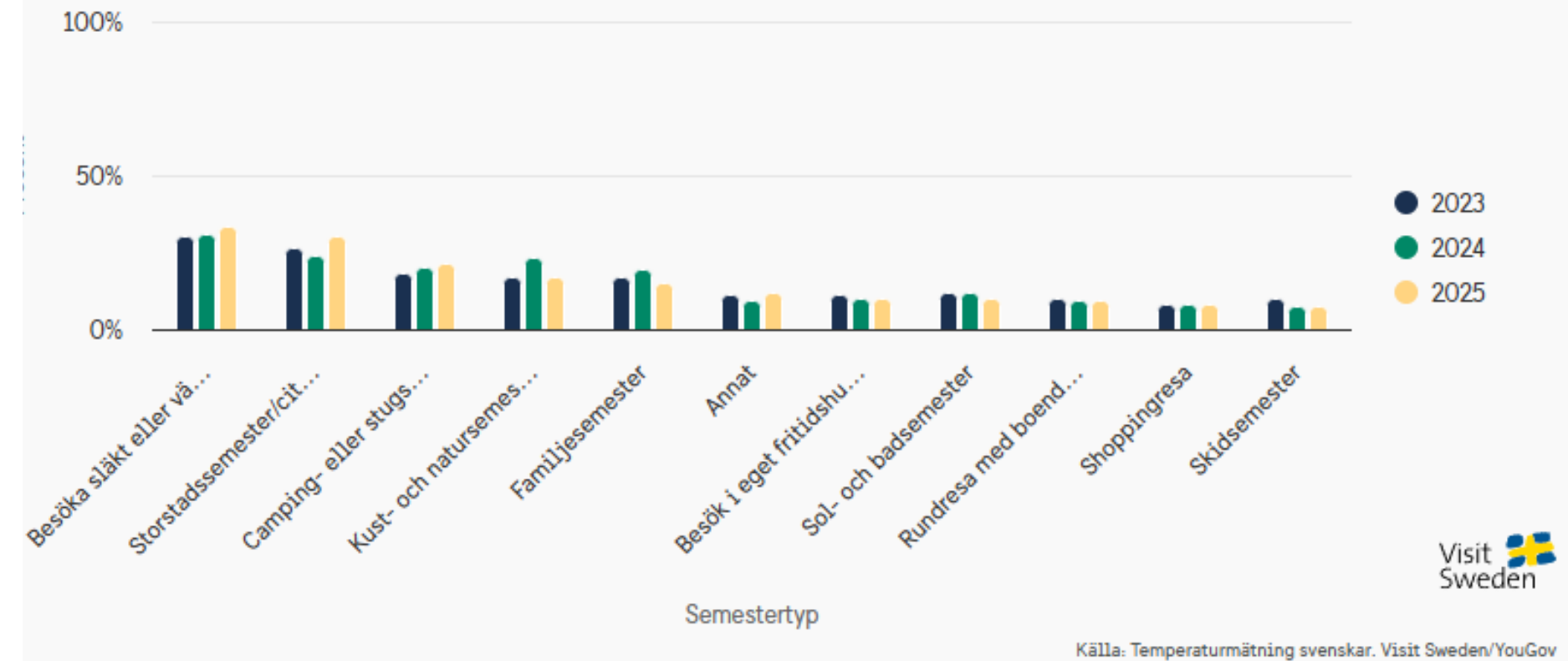
- 17,7 mil. zahraničních cest v roce 2024 (volnočasové + pracovní; bez dojíždění) = 2,1 cesty na osobu.
- TOP destinace 2024: Španělsko, Dánsko, Norsko, Německo, Itálie - **výběr destinace ovlivňuje geopolitická situace** - např. 64 % Švédů uvádí nižší zájem o cestu do USA kvůli politice, také volí „near-international travel“
- **Ceny jsou nejdůležitější faktor při volbě destinace** (52 %), dopady současné krize/inflace: kratší pobyty, více balíčků / early booking, vyšší citlivost na cenu, někdy „downgrading“
- **58 % Švédů plánuje v nejbližších 6 měsících cestu do zahraničí** (vs. 25 % v rámci Švédska); nejčastěji do Španělska, Německa, Itálie a Velké Británie. (Visit Sweden 2025)
- **Roste prodej vlakových cest**, a to jak v rámci Švédska, tak do zahraničí; důvodem je rozšiřování přímých železničních spojení do evropských destinací (SRF - Reserapporten 2025)

Travel trends

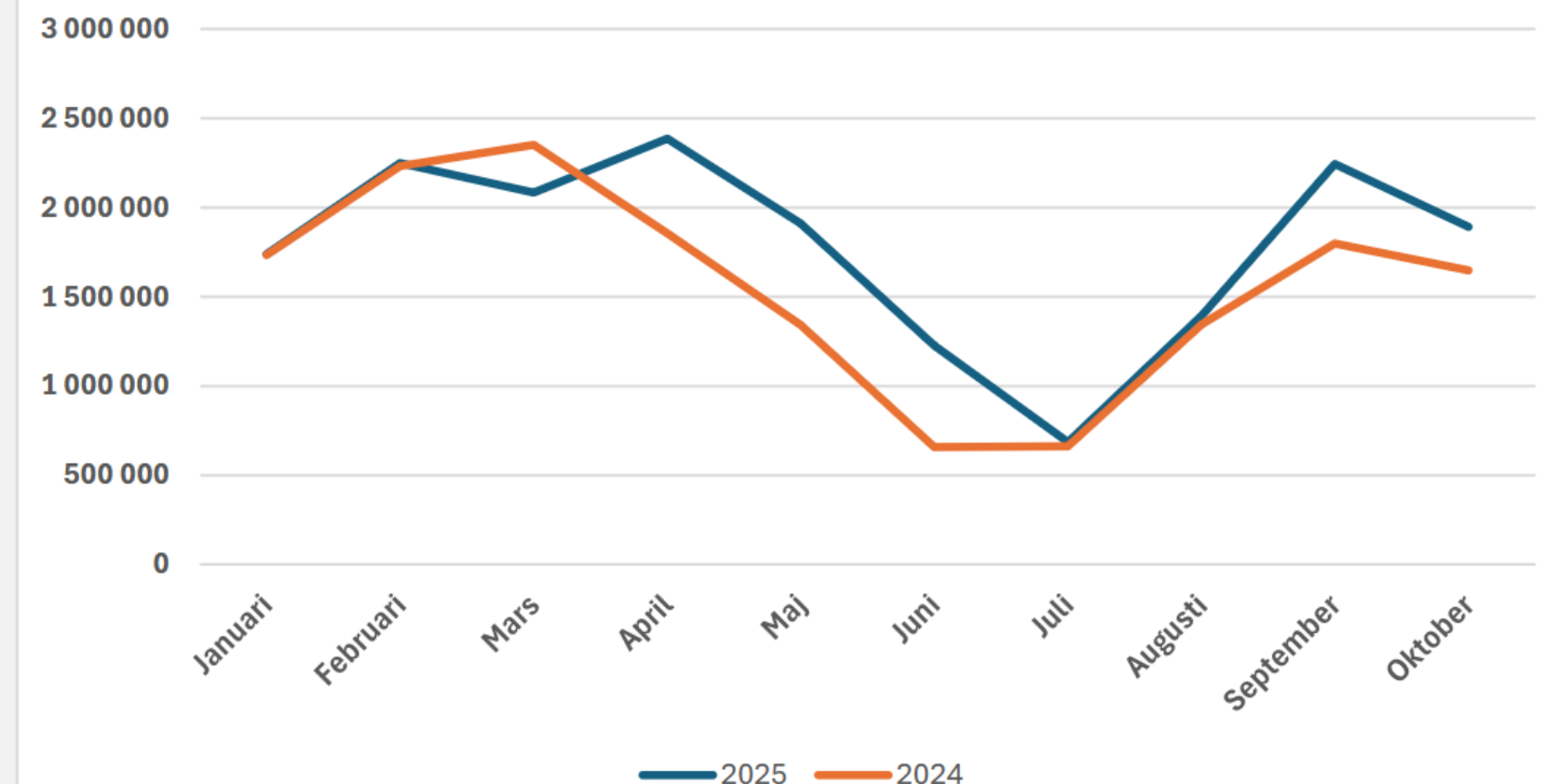
Cestování se posouvá od „sbírání zážitků“ k smysluplnosti, autentičnosti, stabilitě a wellbeing.

- 2025: autenticita + osobní rozvoj + „nečekané“ zážitky
- 2026: value-driven travel — méně status, více klid, důvěra, kvalitní prožitek.

St. intressanta semestertypen



Tåg utrikes



Top trendy 2025

Off the beaten track / nečekané zážitky

- Cestovatelé stále více vyhledávají netradiční a překvapivé aktivity mimo běžné turistické trasy („off the beaten track“).
- **56 % lidí chce objevovat méně známá místa a nové typy zážitků.**

Restart, wellbeing a osobní rozvoj

- Roste poptávka po cestování zaměřeném na odpočinek, psychickou pohodu, kvalitní spánek, zpomalení a regeneraci.
- Trend souvisí s rostoucím stresem a hektickým životním stylem. Visit Sweden - kampaň „Swede Dreams“

AI jako pomocník při plánování cest

- **48 % cestovatelů je otevřeno tomu, aby jim AI pomohla naplánovat dovolenou**



Gastronomie jako klíčová součást cestování

Jídlo se stává jedním z hlavních důvodů cestování.

Cestovatelé se zajímají:

- o původ surovin, lokální produkci, tradiční řemesla,
- příběhy a kulturu spojenou s gastronomií.
- **81 % zahraničních návštěvníků chce ochutnat místní kuchyni.**
- **46 % se zajímá o tzv. „phygital“** gastronomické zážitky — tedy propojení jídla s technologiemi jako VR, AR, světlo, zvuk nebo vůně.

Udržitelnost a vědomější cestování

Turisté stále více hledají:

- ekologické formy dopravy, udržitelná ubytování,
- cestování s respektem k přírodě a místní kultuře.

Zároveň ale chtějí mít lepší kontrolu nad rozpočtem

Top trendy 2026

Report Visit Sweden - cestování se stále více mění z „statusové“ aktivity na **hodnotově orientovaný způsob trávení času**

Slow Travel

- Důraz na kvalitu zážitku místo počtu navštívených míst.
- Vyhledávání přírody, klidu a hlubšího propojení s destinací.

Social Reconnection

- Silnější potřeba osobních setkání a společně sdílených zážitků.
- Důraz na autenticitu a lidský kontakt.

Tech Harmony

- Roste využití AI při plánování cest.
- Důležitá je rovnováha mezi digitálním komfortem a odpočinkem od technologií.



Local Trust

- Rostoucí důvěra v lokální značky, malé podniky a autentické zkušenosti.
- Cestovatelé chtějí podporovat místní ekonomiku a udržitelné podnikání.

Cultural Exploration

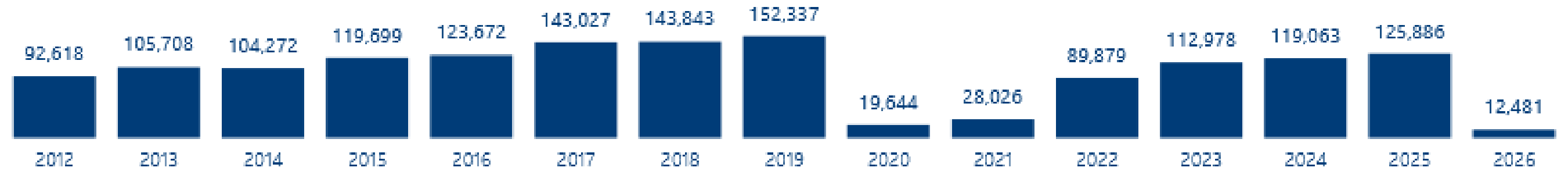
- Hlubší zájem o místní kulturu, tradice a způsob života.
- Důležitost kulturních zážitků, gastronomie, designu a místních příběhů.

Švédsko

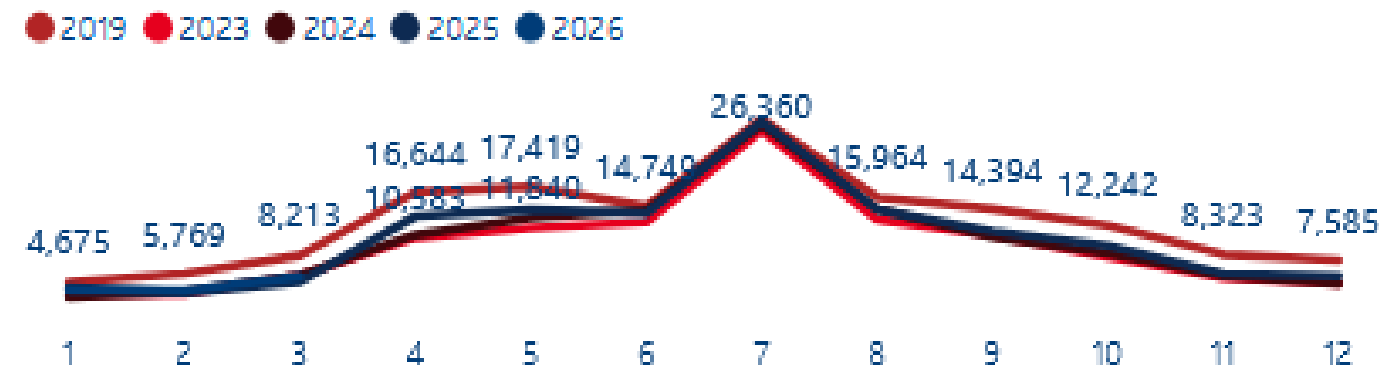
Vývoj příjezdů do HUZ (ČSÚ)

Tracking 2012 a 2026

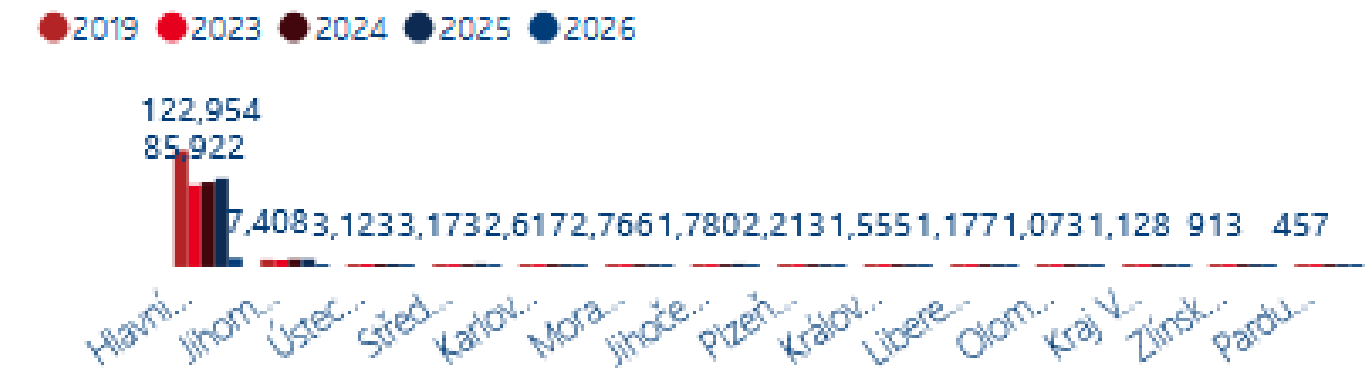
Počet příjezdů v letech 2012 - 2026



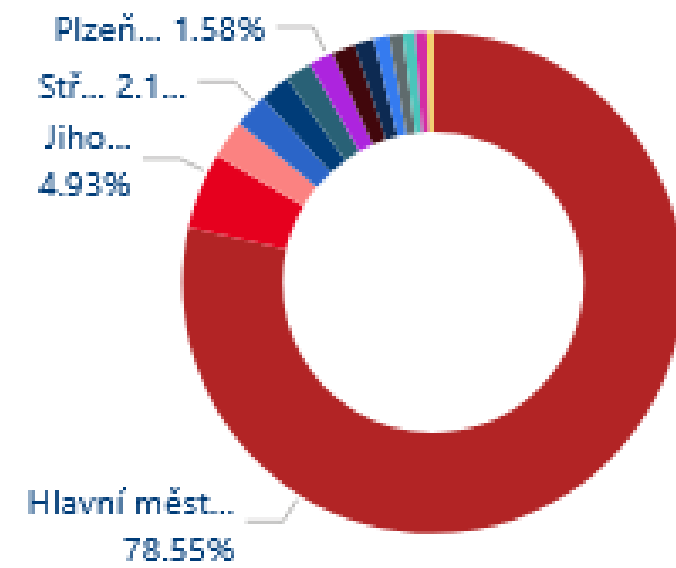
Měsíční vývoj počtu příjezdů



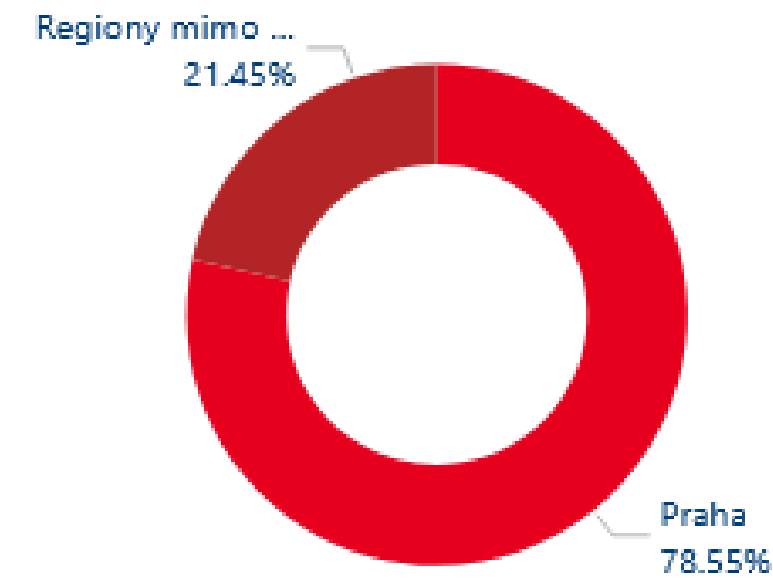
Vývoj počtu příjezdů v krajích



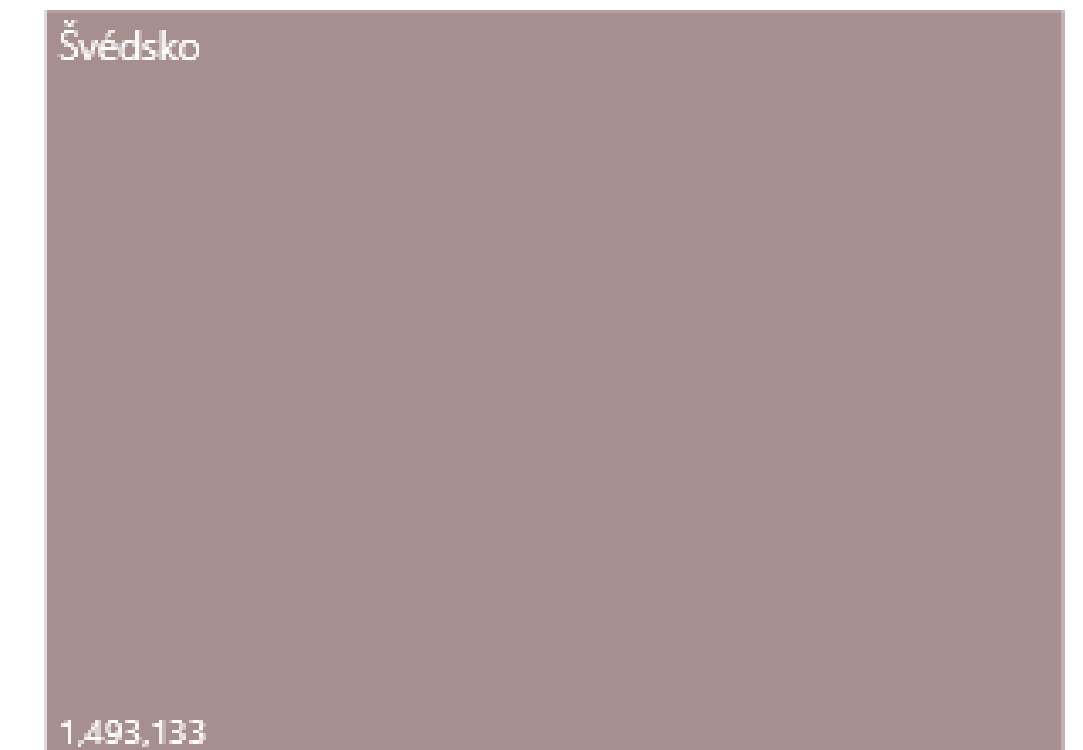
Podíl počtu příjezdů dle krajů



Podíl počtu příjezdů v regionech a



Podíl počtu příjezdů dle zemí



Švédsko

Chování v Česku

Tracking 2024 a 2025

Cestovní ruch



Příjezdový

Cílová skupina



Turista (PCR)

Rok

2021

2022

2023

2024

2025

Kvartál

I.

III.

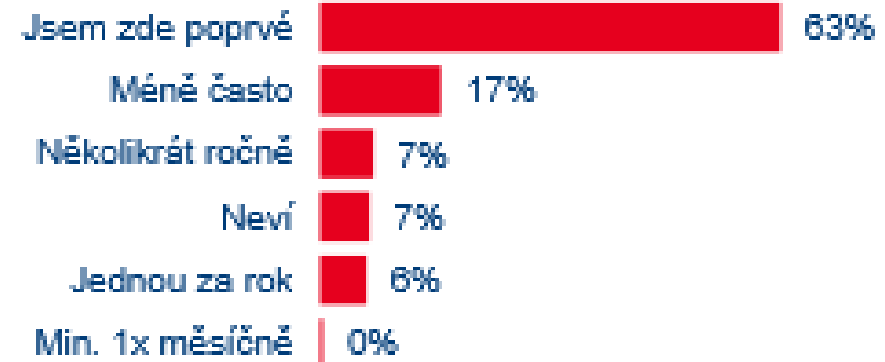
II.

IV.

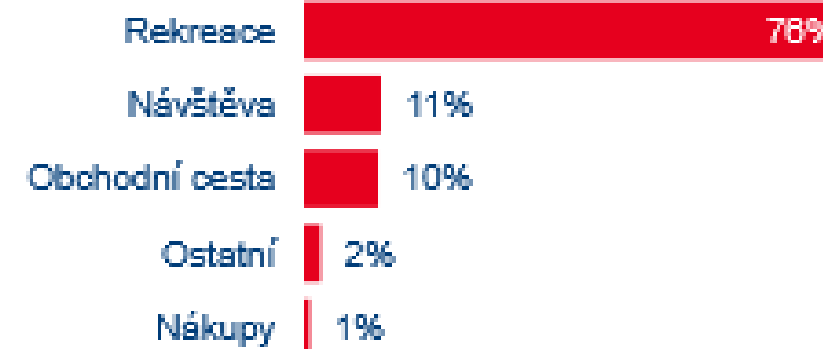
Země p

Švédsk

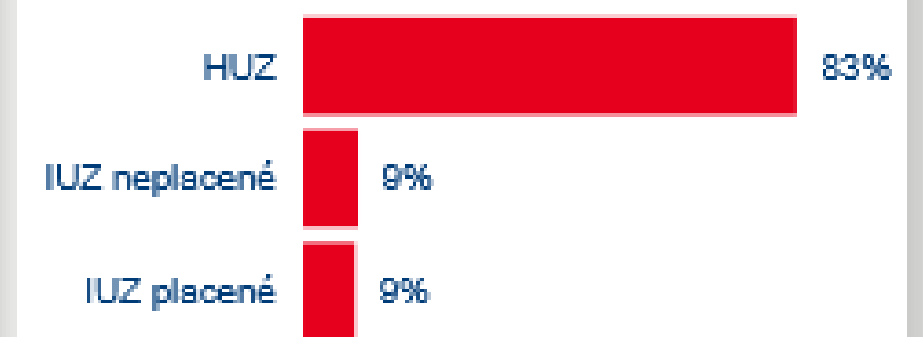
Frekvence návštěv ČR (pouze PCR)



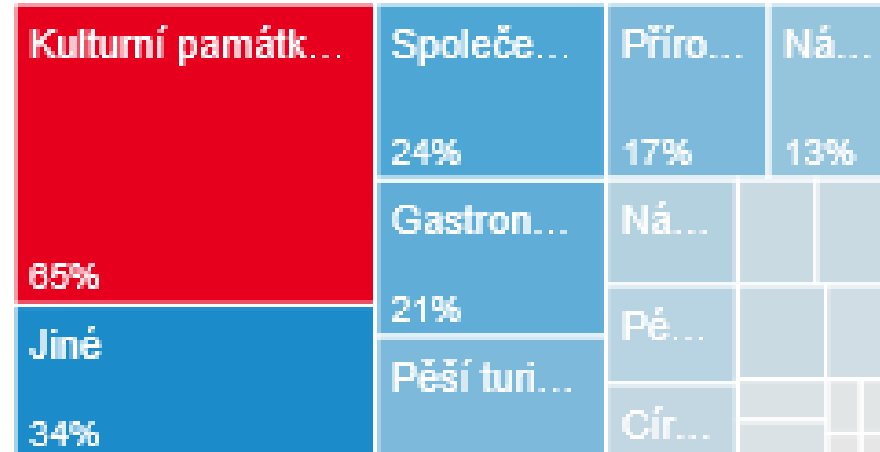
Hlavní důvod návštěvy



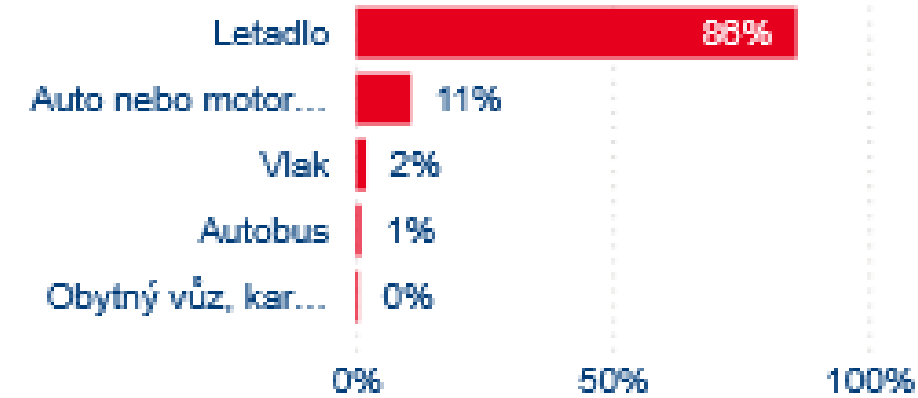
Druh ubytování



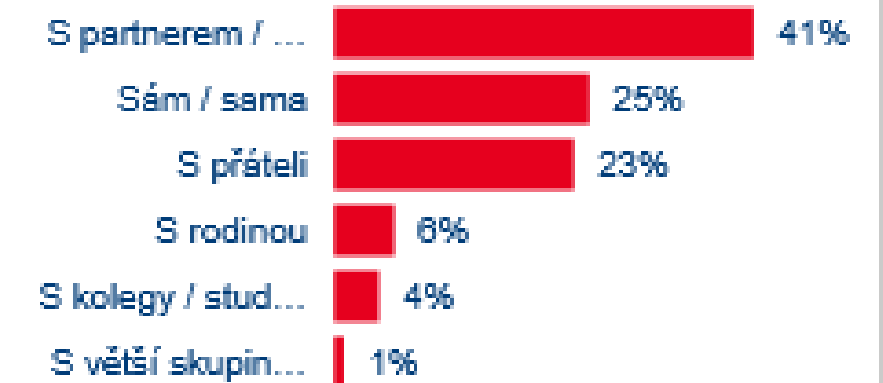
Aktivity během pobytu



Dopravní prostředek



S kým

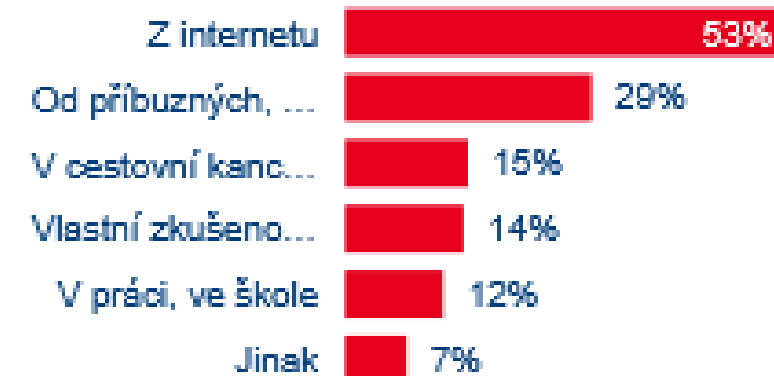


Hodnocení na základě zkušeností

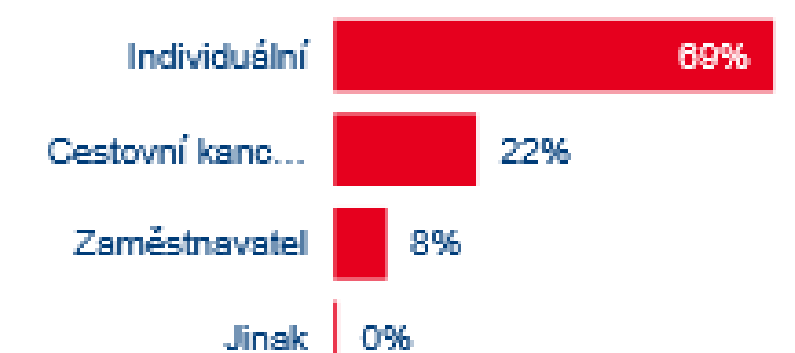
Otázka	Průměr
Cenová úroveň v lokalitě je přijatelná.	1.74
Dopravní vybavenosti v lokalitě nemám co vytknout.	1.68
Množství návštěvníků v lokalitě je přijatelné.	1.71
Není nic, co by mi v této lokalitě chybělo, pokud jde o poskytované služby.	1.68
Službám poskytovaným v lokalitě nemám	1.68

Hodnocení od 1 do 5, kde 1 = nejlepší.

Informační zdroj



Organizace cesty



DÁNSKO

Jak Dánové cestují do zahraničí

- Dánové patří mezi velmi aktivní cestovatele, 70 % Dánů jelo na dovolenou do zahraničí (Visit Denmark, 2024)
- TOP destinace: Španělsko (dlouhodobě č.1), dále Itálie, Francie, Německo, Řecko a Švédsko. **Silná orientace na Evropu** – většina TOP destinací je v Evropě (tzv. intraregionální travel) (DST). 62% generace Z a 68% mileniálů dává **přednost objevování nových míst** a počet příspěvků pod hashtagem „hiddengems“ se loni na TikToku zvýšil o více než 50%
- Ekonomická situace (inflace, rostoucí ceny) patří mezi hlavní obavy ovlivňující výběr dovolené. Pro 72 % Dánů jsou cestovní náklady rozhodujícím faktorem, zatímco 17 % zmiňuje, že počet jejich cest ovlivňují i flexibilní platební možnosti, jako jsou splátky či úvěr.

Trend AI

- Důvěra v umělou inteligenci při plánování cestování zvyšuje - **24% Dánů více důvěřuje doporučením od AI** než od lidí a sociálních médií
- **31% Dánů již používá AI** jako zdroj inspirace pro své cesty a každý pátý Dán by změnil svou destinaci, pokud by AI doporučila lepší volbu. Finance přitom hrají zásadní roli — **více než třetina Dánů by se řídila doporučením AI, pokud by jim to zároveň pomohlo ušetřit.**

Trend Slow tourism

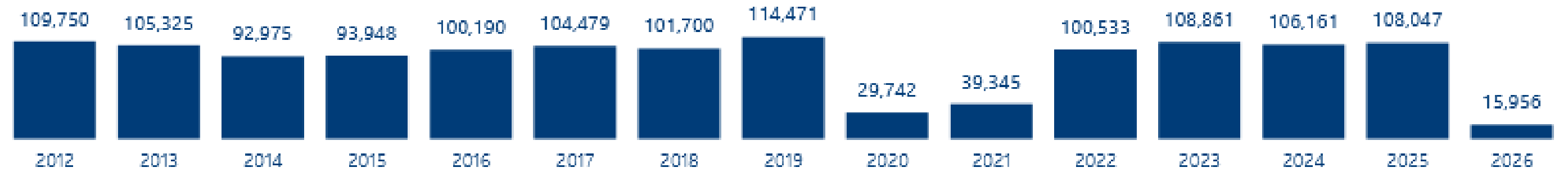
- 51% Dánů věří, že „pomalejší cestování“ má pozitivní vliv na duševní energii, zatímco 36% zdůrazňuje, že jim že jim „slow tourism“ pomáhá vidět život z širší perspektivy.
- Používání hashtagu „slowtravel“ se v roce 2025 na TikToku zvýšilo o téměř 330%

- 29% Dánů raději cestuje do **menších měst** nebo venkovských oblastí **z důvodu větší authenticity**. 43% také zdůrazňuje jako rozhodující faktor nižší cestovní náklady.
- Třetina Dánů vyhledává **cestování s wow efektem** — zážitky, které opravdu ohromí, jako jsou výjimečné přírodní úkazy nebo jiné jedinečné momenty.“
- Pro 48 % Dánů je **symbolem luxusního cestování wellness a lázeňská péče**. Dalších 27 % zdůrazňuje význam „malých detailů“, které vytvářejí pocit výjimečnosti, např. kvalitní ložní prádlo, promyšlené vybavení pokoje nebo drobné osobní prvky, jež celý pobyt pozvednou.

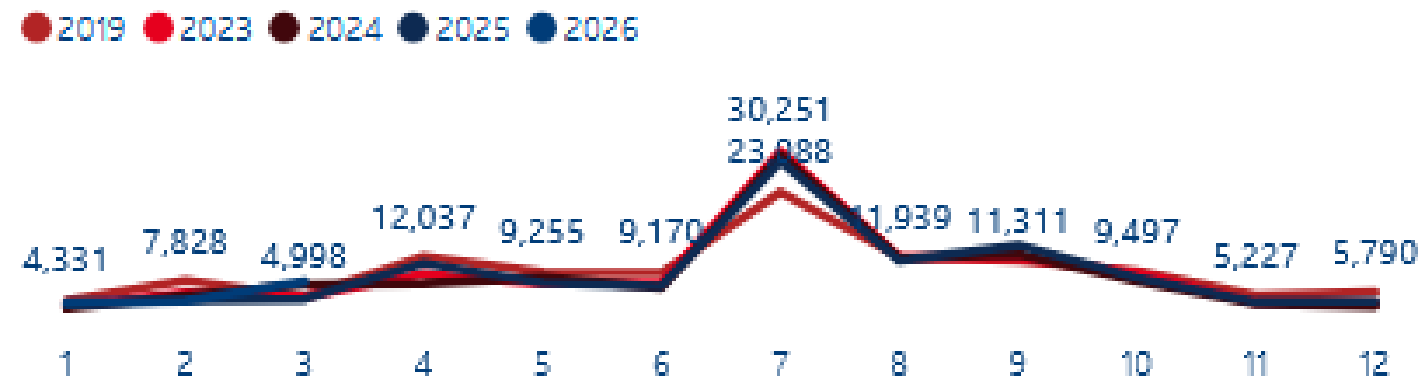
Dánsko

Vývoj příjezdů do HUZ (ČSÚ)

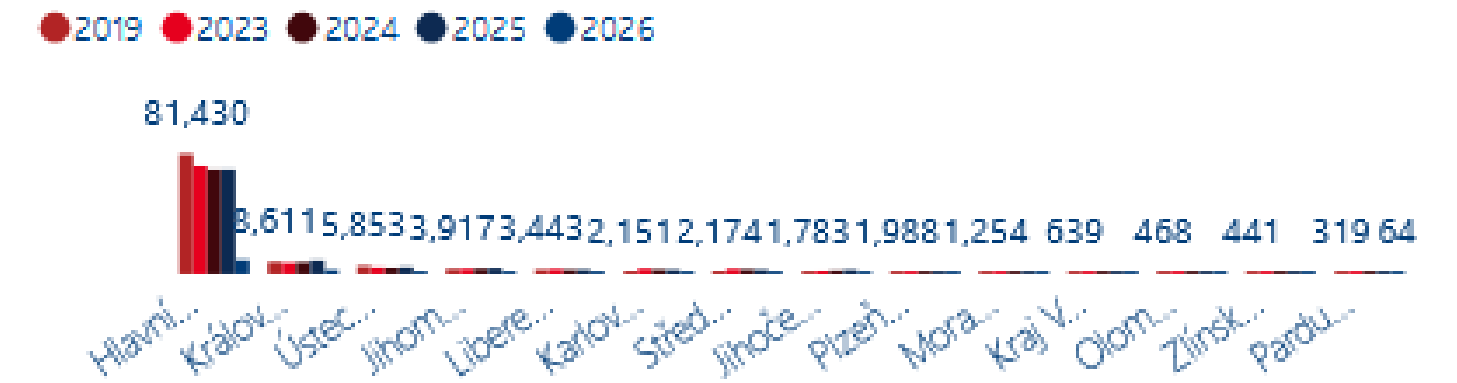
Tracking 2012 a 2026



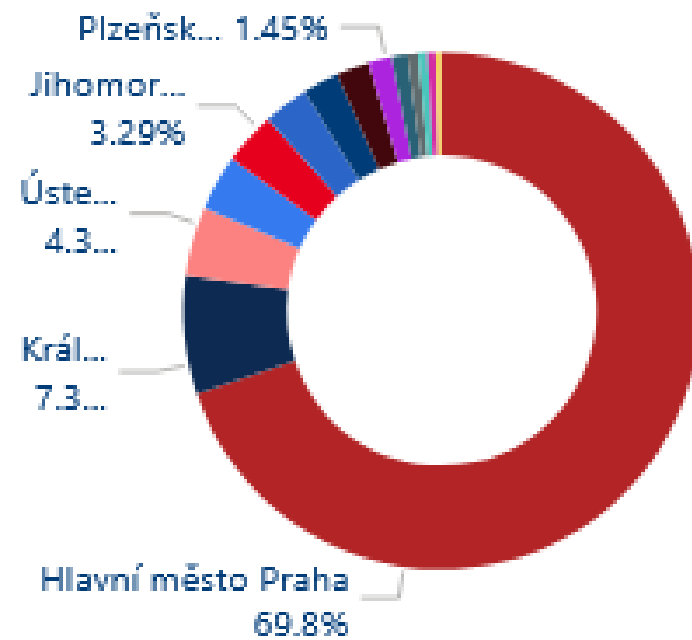
Měsíční vývoj počtu příjezdů



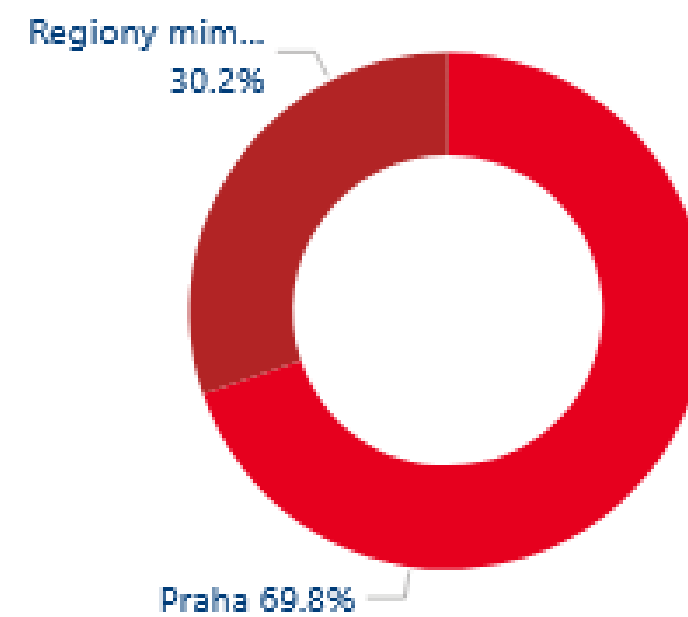
Vývoj počtu příjezdů v krajích



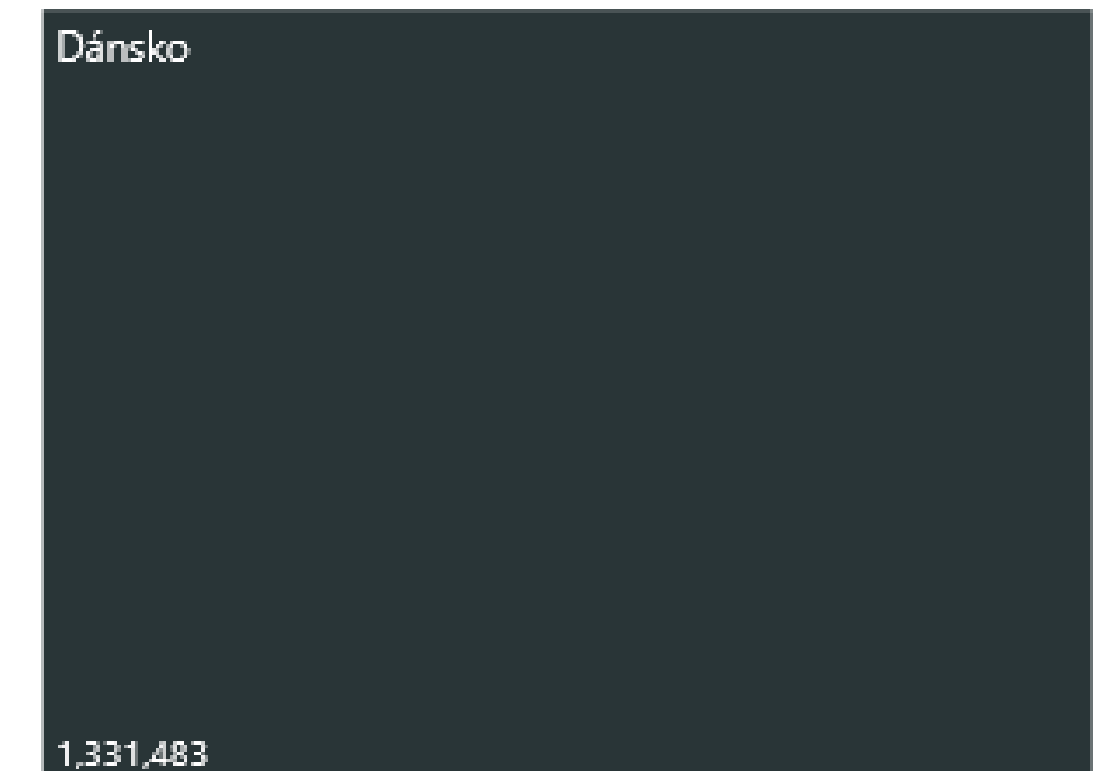
Podíl počtu příjezdů dle krajů



Podíl počtu příjezdů v regionech a



Podíl počtu příjezdů dle zemí



Dánsko

Chování v Česku

Tracking 2024 a 2025

Cestovní ruch



Příjezdový

Cílová skupina



Turista (PCR)

Rok

2021

2022

2023

2024

2025

Kvartál

I.

III.

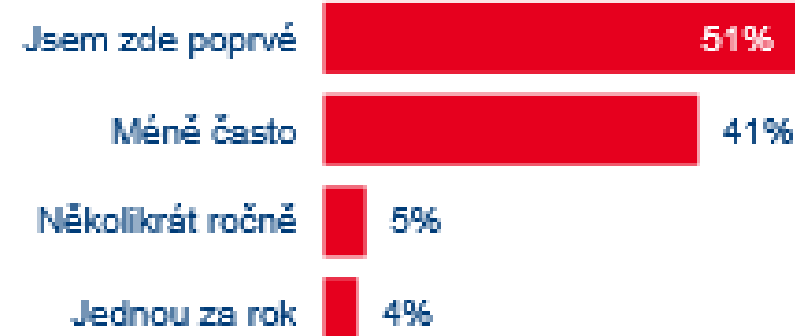
II.

IV.

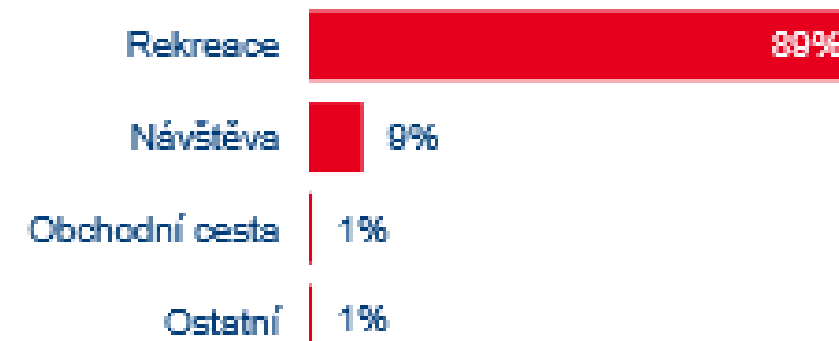
Země p

Dánsko

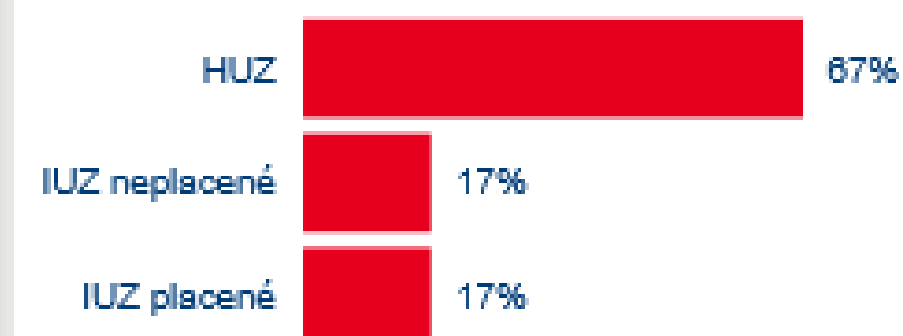
Frekvence návštěv ČR (pouze PCR)



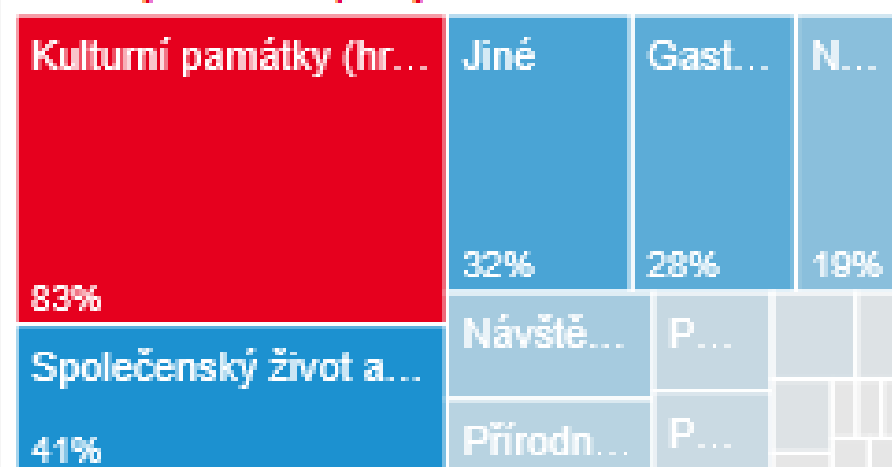
Hlavní důvod návštěvy



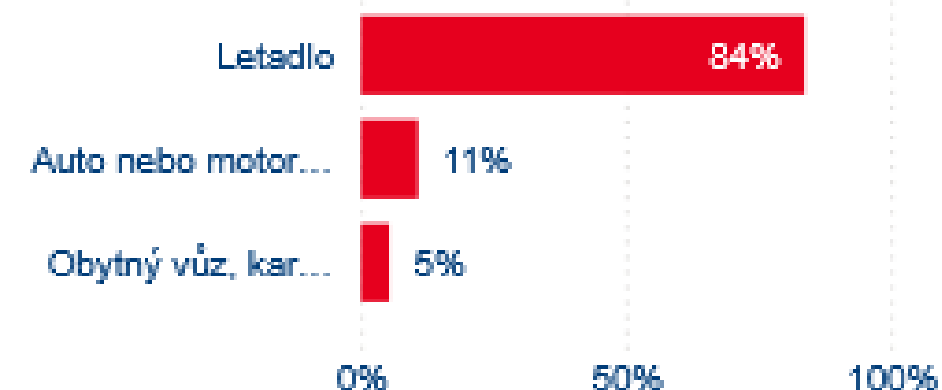
Druh ubytování



Aktivity během pobytu



Dopravní prostředek



S kým

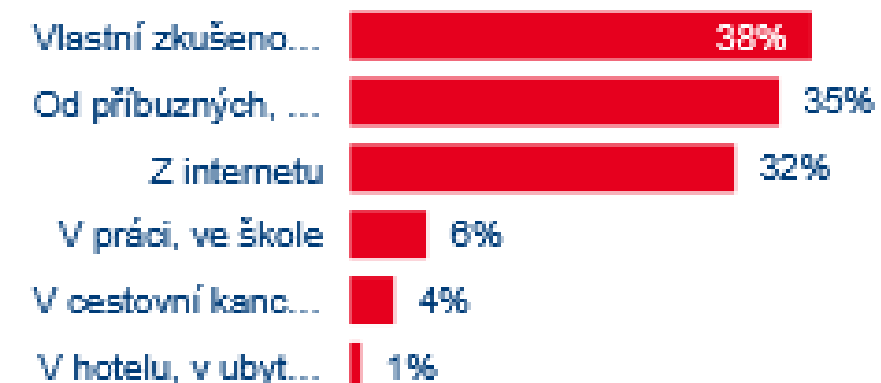


Hodnocení na základě zkušeností

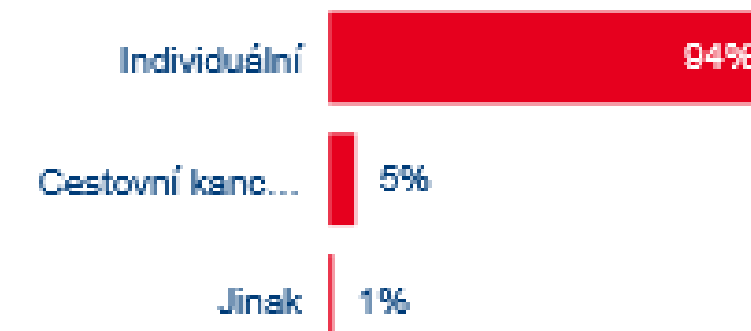
Otázka	Průměr
Cenová úroveň v lokalitě je přijatelná.	1.25
Dopravní vybavenosti v lokalitě nemám co vytknout.	1.22
Množství návštěvníků v lokalitě je přijatelné.	1.20
Není nic, co by mi v této lokalitě chybělo, pokud jde o poskytované služby.	1.11
Službám poskytovaným v lokalitě nemám	1.20

Hodnocení od 1 do 5, kde 1 = nejlepší.

Informační zdroj



Organizace cesty



SKANDINÁVIE

(Dánsko, Švédsko, Norsko, Finsko)

Vývoj příjezdů do HUZ (ČSÚ)

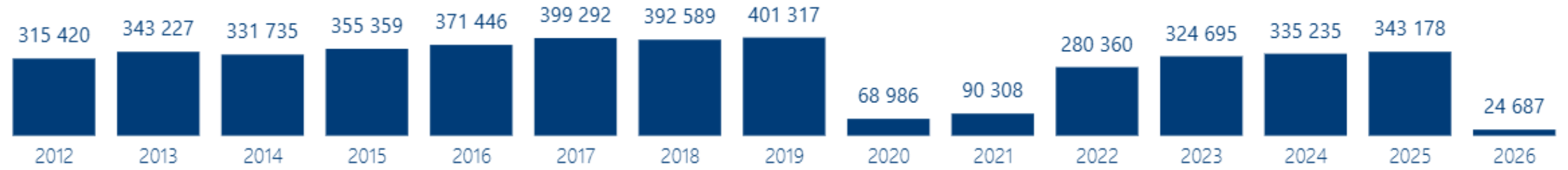
Vývoj příjezdů do roku 2019 vykazoval stabilní růst s vrcholem v roce 2019, následovaný výrazným propadem v letech 2020–2021 a postupnou obnovou od roku 2022, přičemž rok 2025 se již blíží předcovidové úrovni.

Návštěvnost je silně sezónní s dominantním vrcholem v letních měsících, zejména v červenci, což odráží prázdninový charakter cestování těchto trhů.

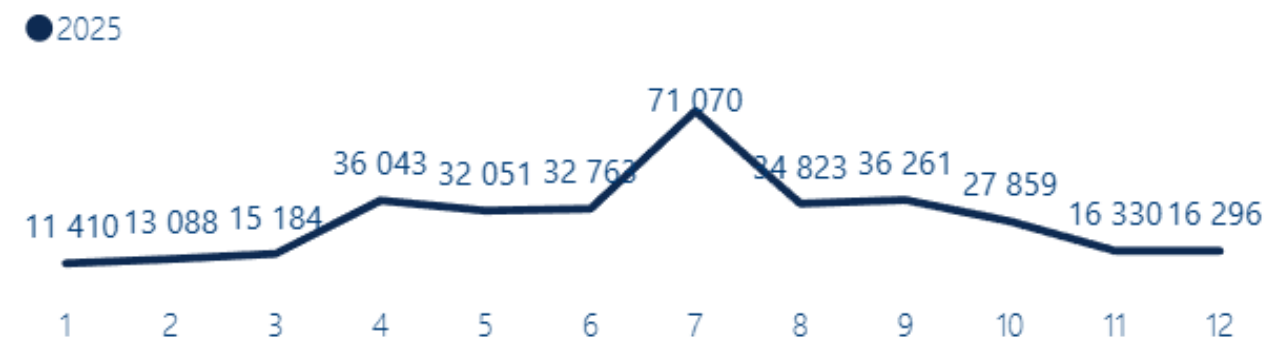
Struktura návštěvnosti je výrazně koncentrovaná do Prahy, která generuje přibližně 70 % příjezdů.

Z pohledu zdrojových trhů dominují především Švédsko a Dánsko, které tvoří hlavní část objemu, zatímco Norsko a Finsko mají menší, ale stabilní podíl.

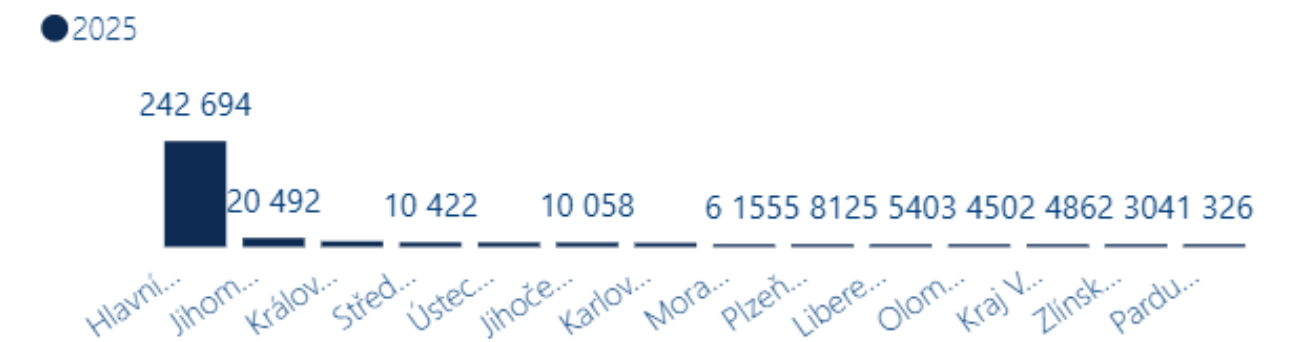
Počet příjezdů v letech 2012 - 2026



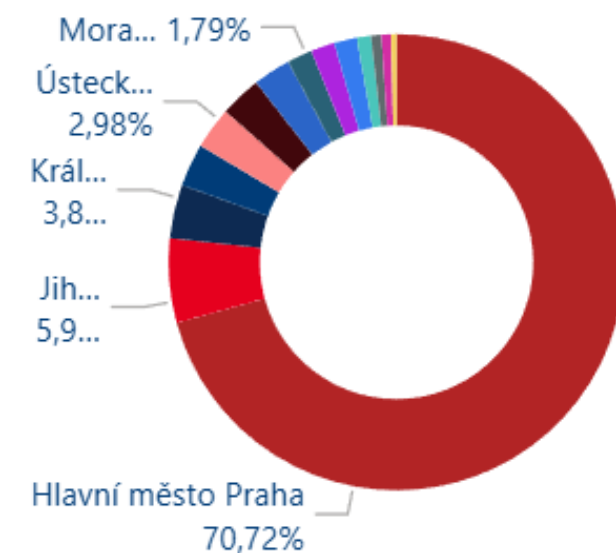
Měsíční vývoj počtu příjezdů



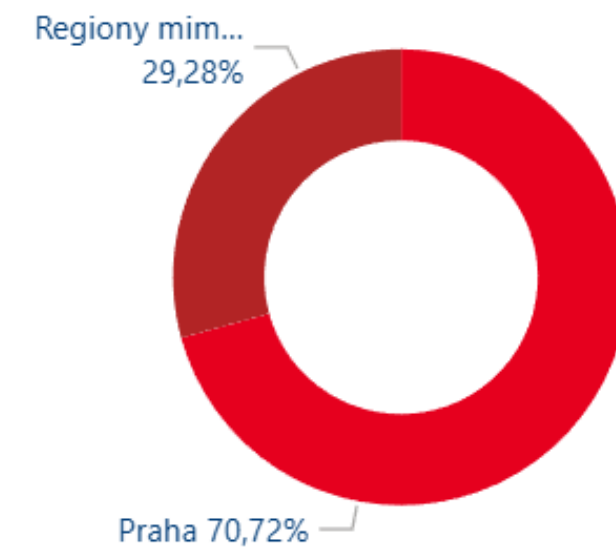
Vývoj počtu příjezdů v krajích



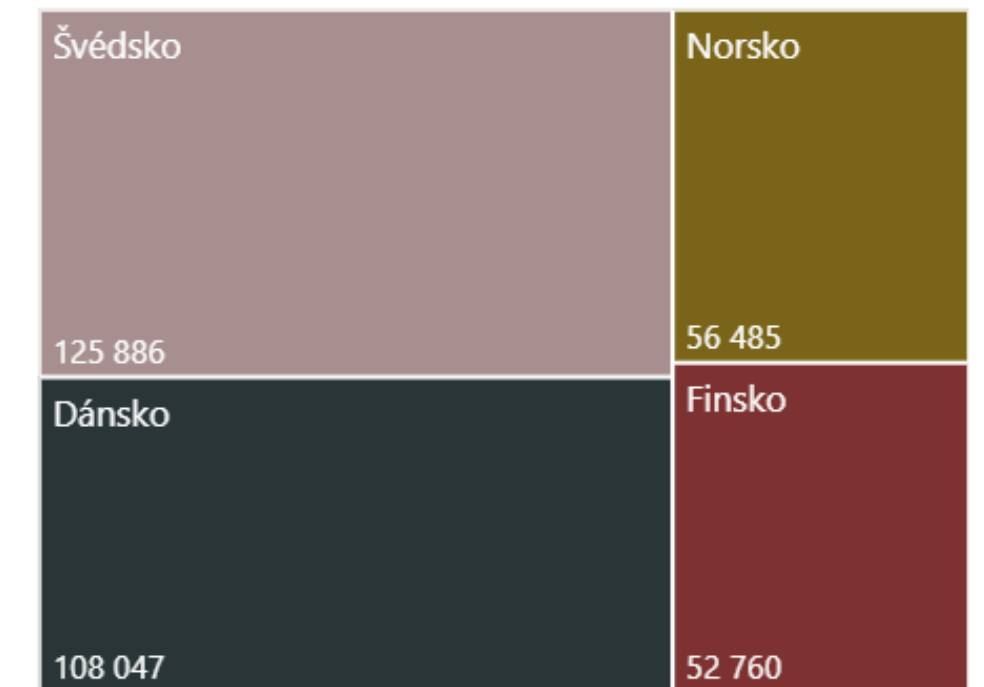
Podíl počtu příjezdů dle krajů



Podíl počtu příjezdů v regionech a Praze



Podíl počtu příjezdů dle zemí



SKANDINÁVIE

(Dánsko, Švédsko, Norsko, Finsko)

Vývoj přenocování v HUZ (ČSÚ)

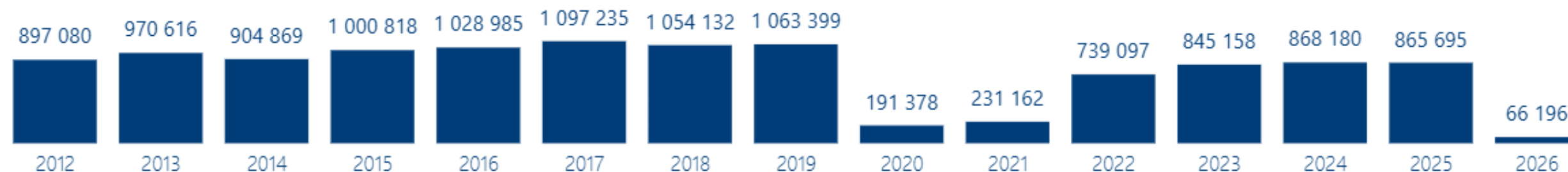
Vývoj přenocování kopíruje trend příjezdů s růstem do roku 2019, následným covidovým propadem a postupnou obnovou, která je však pomalejší a v roce 2025 zatím nedosahuje předcovidové úrovně, což naznačuje zkracování délky pobytu (zhruba 866 tis.).

Sezónnost je zde ještě výraznější než u příjezdů, s výrazným letním vrcholem, kdy návštěvníci realizují delší pobyty.

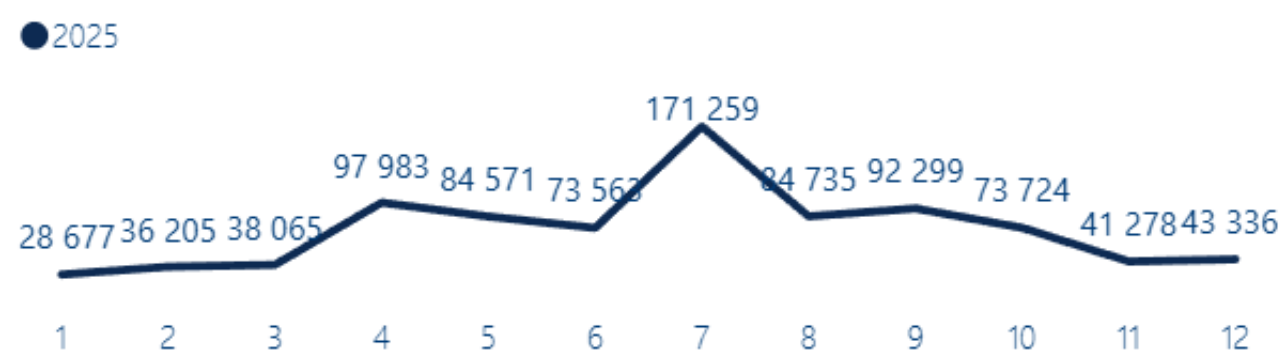
Přenocování jsou o něco více koncentrována do Prahy než samotné příjezdy (73 %).

Struktura podle zemí zůstává podobná jako u příjezdů, s hlavní rolí Dánska a Švédska, přičemž Dánsko vykazuje relativně vyšší podíl na přenocování.

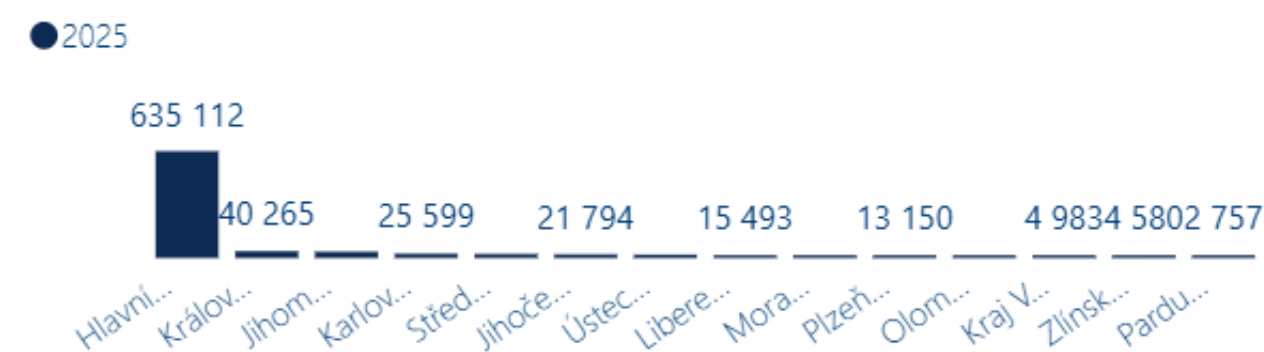
Počet přenocování v letech 2012 - 2026



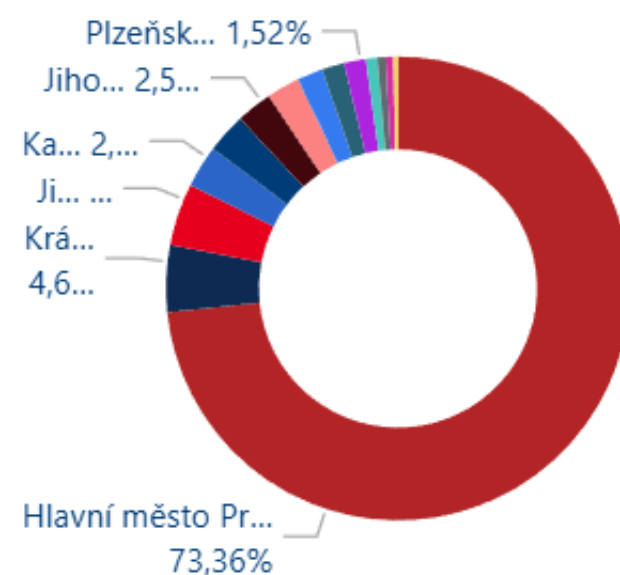
Měsíční vývoj počtu přenocování



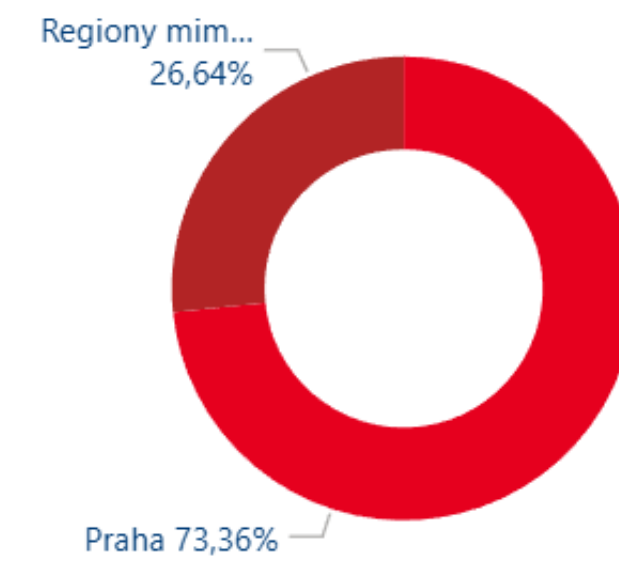
Vývoj počtu přenocování v krajích



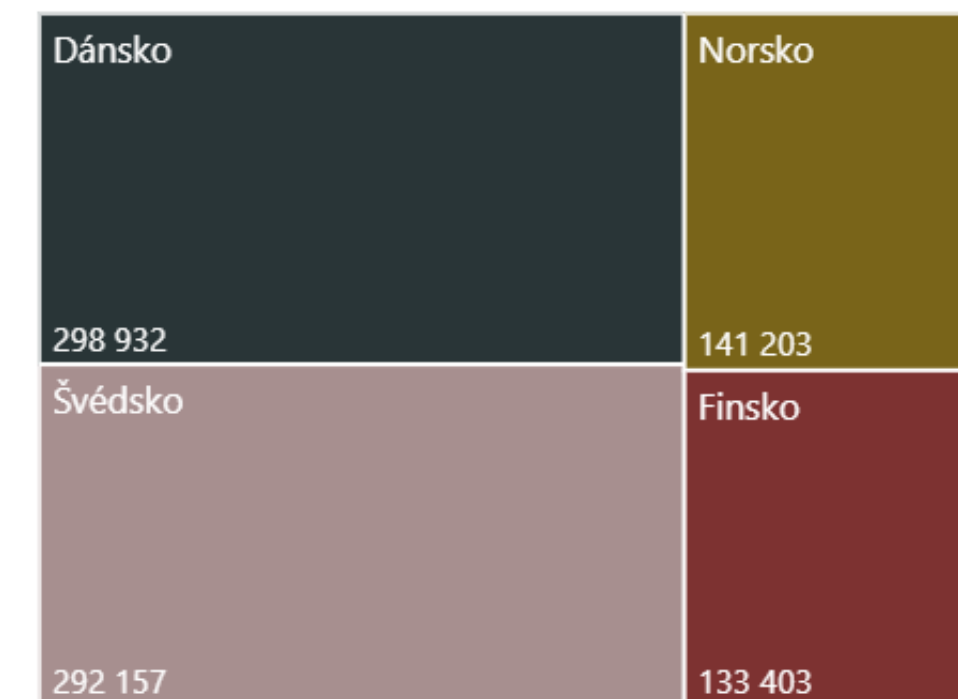
Podíl počtu přenocování dle krajů



Podíl počtu přenocování v regionech a Praze



Podíl počtu přenocování dle zemí



SKANDINÁVIE

(Dánsko, Švédsko, Norsko, Finsko)

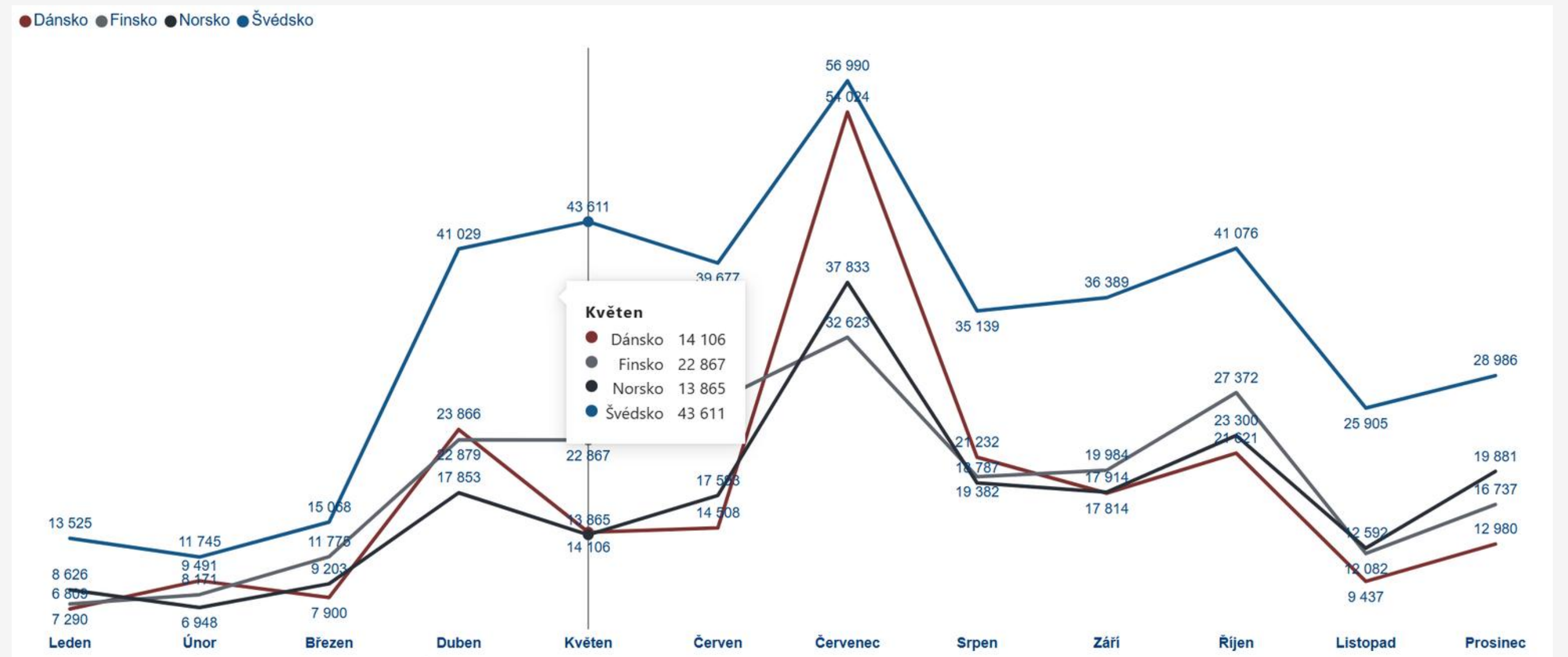
Přenocování (GSM data 2025)

Celkový objem přenocování dosahuje přibližně 1,0 mil. přičemž největší podíl generuje Švédsko. Porovnáme-li data z HUZ, pak v celkovém objemu lze odhadovat, že v soukromých ubytovacích zařízeních je zhruba dalších 170 tis. přenocování.

Sezónnost i rozložení v krajích více méně kopíruje intervaly z Českého statistického úřadu. Jarní období (duben–květen) již naznačuje nástup sezóny, zatímco podzim přináší druhotný, mírnější nárůst. Zimní měsíce zůstávají slabší, což potvrzuje silnou orientaci těchto trhů na letní, převážně prázdninové cestování.

[Analýza návštěvnosti krajů s využitím GSM dat - Tourdata](#)

Země	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Celkem
Švédsko	13 525	11 745	15 068	41 029	43 611	39 677	56 990	35 139	36 389	41 076	25 905	28 986	389 140
Finsko	7 290	8 171	11 775	22 879	22 867	26 616	32 623	19 382	19 984	27 372	12 082	16 737	227 778
Dánsko	6 809	9 491	7 900	23 866	14 106	14 508	54 024	21 232	17 814	21 621	9 437	12 980	213 788
Norsko	8 626	6 948	9 203	17 853	13 865	17 593	37 833	18 787	17 914	23 300	12 592	19 881	204 395
Celkem	36 250	36 355	43 946	105 627	94 449	98 394	181 470	94 540	92 101	113 369	60 016	78 584	1 035 101



Shrnutí

Trh se po covidovém propadu postupně obnovuje, ale zatím plně nedosahuje předcovidové úrovně, přičemž dochází ke zkracování délky pobytu.

Návštěvnost je výrazně sezónní s dominantním letním vrcholem a silnou koncentrací do Prahy, která absorbuje většinu poptávky, zatímco regiony zůstávají méně využité.

GSM data potvrzují, že reálný objem návštěvnosti je mírně vyšší než oficiální statistiky, což naznačuje význam ubytování mimo sledovaná hromadná ubytovací zařízení.

Z pohledu chování se jedná o bonitní, individuálně cestující klientelu orientovanou na rekreaci, kulturní a gastronomické zážitky, s kratšími pobyty typu city break a vysokým podílem letecké dopravy.

Skandinávie = menší, ale bonitní trh s výraznou sezónností, dominancí Prahy a potenciálem v prodlužování pobytů a rozptýlení do regionů.

Nové vlakové spojení Praha - Kodaň

Série aktivit v rámci propagace nového vlakového spojení

- **Tisková konference** ve spolupráci s ČD, JLV a dánským dopravcem DSB. Hlavním tématem bylo nové přímé vlakové spojení PRG–CPH a představení destinačních novinek, včetně Michelin průvodce a Dana Browna v Praze. Akce se zúčastnilo 6 regionů a 20 zástupců médií a novinářů.
- **B2B event** pro zástupce cestovních agentur a touroperátorů z Dánska a jižního Švédska. Zapojilo se 13 českých subjektů a 35 lokálních nákupčích. Kromě destinační prezentace a představení nového vlakového spojení proběhlo prostřednictvím workshopu více než 200 schůzek.
- **Press trip** s prvním přímým spojením z Kodaně do Prahy. Součástí programu bude zastávka v Děčíně spojená s prezentací možností aktivní dovolené. Aktivity v Praze budou propojeny s tématy gastronomie, kulturní dědičství a Dan Brown.
- **Minikampaň** zaměřená na prezentaci nového vlakového spojení i dalších možných vlakových itinerářů v rámci ČR a Evropy.



B2B aktivity

Workshopy, fam tripy a spolupráce s TO

- Účast na **workshopech s travel trade** :
 - Travel Match Oslo - 8.1.2026
 - Workshop Veletrh Matka - 16.1.2026
 - Travel News Market Copenhagen - 27.1.2026
 - RK Tur Goteborg - 26.3.2026
 - Travel News Helsinki - 28.5.2026
- **Travel Trade Day Czechia** - 17.4. - 22.4.2026 - Účast 7 zástupců ze Skandinávie na největším inomingovém workshopu v Česku. Zástupci 4 TO se zúčastnili také pre-tours do Olomouckého, Pardubického, Středočeského kraje a na Vysočinu
- **Individuální FAM tripy**
 - RK Travel - duben, jižní Morava a Vysočina
 - Travel by Roos - duben, Karlovarský a Jihočeský kraj
 - Albatross - květen, jižní Morava
- **Nové itineráře do regionů** - RK Tur, Rolf Flyg och Bus, Världens Resor



Dag 4 – Brno och vinupplevelse i Mähren

Dagen börjar med en guidad stadsrundtur i Brno, Mährens livliga huvudstad. Vi ser bland annat stadens historiska centrum, domkyrkan och den mäktiga borgen Špilberk. På eftermiddagen väntar en utflykt till den vackert belägna vingården Sonberk, där vi får prova några av regionens uppskattade viner och njuta av den böljande vinlandskapet. Kvällen bjuder antingen på folkloremiddag med lokala traditioner eller möjlighet att upptäcka Brnos restauranger på egen hand.

Spolupráce s médii

Press tripy a mediální výstupy

- V roce 2025 se zahraniční zastoupení podílelo na **256 mediálních výstupech** v severských zemích.

Celková čtenost dosáhla: 9 909 000.
AVE: 52 347 250

- V roce 2025 zorganizovalo zahraniční zastoupení **14 press/blogger/influencer tripů**, a to do 11 krajů.

- V roce 2026 momentálně připravuje 10 press/blogger a influencer tripů. Témata:

- Nové vlakové spojení Praha - Děčín - Kodaň
- Sklářská tradice a přírodní krásy severních Čech
- Gastronomie se zaměřením na Michelin Guide
- Vinařská tradice
- Rodinná dovolená
- Dálková turistika
- Cykloturistika ve spojení s L'Etape



Om rejsen
Journalturen var tvärfart av Visit Czechia, som sergerna för transport, uphåll och förpackning.

Vejen dertil
Norgevejen og Rynevir
Turen til Prag fra København, fra hovedstansgården
Prag kan man tage et direkte tog til České Budějovice på udsiden til Prag.
I bil er der omkring 350 kilometer til České Budějovice fra den dansk-tyske grænse.

Sydbohemien
České Budějovice er regionshovedstad i Sydbohemien, der er blandt de 14 regioner, som udgør Tjekkiet. Regionen tæller lidt over 650.000 indbyggere - hvad knap 100.000 i České Budějovice.
Český Krumlov og Hluboká-stadter er nogle af regionens mest over sommeren, så vil man have mindre og til attraktionerne, der man overvejende færdig eller efteråret. Derudover er regionen oplagt til en julemarkedsfest i december.



Stik syd for Prag

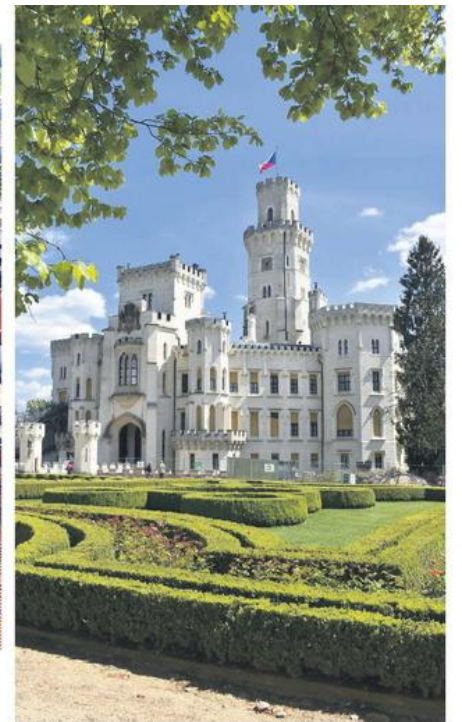
Læg hovedstadsrimlen bag dig for en stund, og tag på opdagelse i Tjekkiet's alsidige region Sydbohemien. Her ligger historiske byer og eventyrlige slotte indhykket i frodig natur, og så kan du besøge et af landets mest berømte bryggerier.

dog først efter en introduktion til byens historie samt et indblik i bryggerprocessen, hvor mægen operer i en smuk, blåskiferet kælderkælder. Vandet til øllet kommer fra 300 meter dybe brønde, hvorefter det til gættens mest del tages for transport og sæt samlet.

České Budějovice. For universitetsbyen, der huser knap 100.000 indbyggere, er beliggenheden ved sammenløbet af floderne Vltava og Malba. Først nævnte, hvis tyske navn er Malbun, ligger også gennem Prag, og derfor har den været en vigtig vandvej for transport og handel gennem historien.

Her lægger op til en skattejagt for boretamler. Knap 15 kilometer afslappende cykeltur nord for České Budějovice når vi vores mål i byen Hluboká nad Vltavou. En by, som har lidt over 1000 indbyggere og overtrækker med et af Tjekkiet mest besøgte slotte. Hluboká-slottet tæner på et plateau højt over centrum, og heroppe har slottet et flot indre med det 13. århundrede. Gennem historien er det blevet ombygget adskillige gange og har slottet arkitektonisk udtryk fra gotik over renaissance til barokken.


I det 19. århundrede, under den noble Schwarzenberg-familie. Et slottet ott nuerende romantiske præg med inspiration fra Englands Bertram Windsor Castle. Slottet sidder Schwarzenberg-ætningen.



Hluboká-slottet er storslået og blandt de mest besøgte slotte i Tjekkiet. Winterhaven og risløbet ved siden af huset et galleri. Foto: Brian Schaefer Dreyer/Ritzau Scanpix

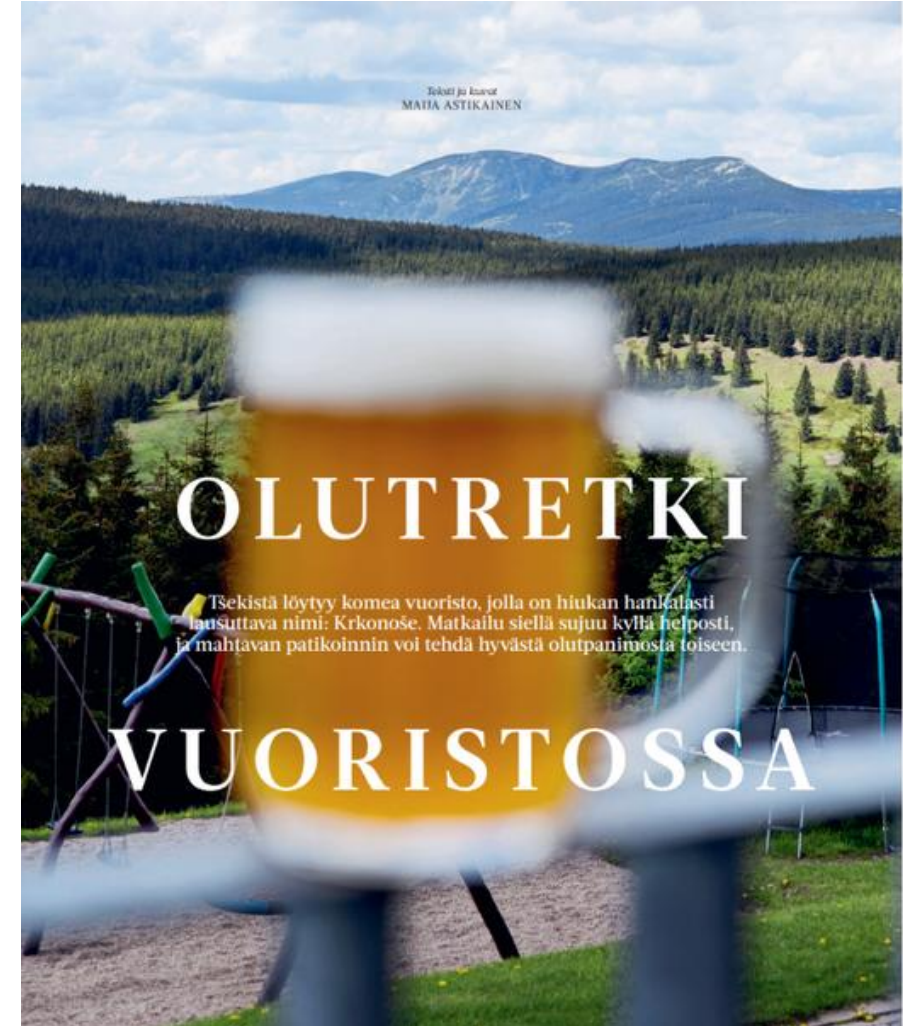



På vinresa i SÖDRA MÄHREN



Vingårdar, kulturarv, vackra cykelstråk och kulinariska upplevelser. Södra Mähren har allt förpackat för den perfekta semestern. Vi förflyttar oss bland slott, vinkällare och sevärdheter i ett maktigt tempo. Njut av vad regionen har att erbjuda och förundras över alla dolda pärlor som vi finner längst med vägen. Följ med på den unika turen som tar sin början i Znojmo.

TEXT / FOTO: Annika Majak / Daniel "Mini" Majak



Olutretki
Tšekistä löytyy komea vuoristo, jolla on hiukan hankalasti luokiteltava nimi: Krkonoše. Matkailu siellä sujuu kylmä helposti, ja mahtavan patikoinnin voi tehdä hyvästä olutpanimosta toiseen.

VUORISTOSSA

**Děkuji za
pozornost**

Lucie Vallin
Ředitelka CzechTourism Švédsko
E-mail: vallin@czechtourism.gov.cz
Mob: +46 703 636 788

CzechTourism